

«FRAMEWORK NORMATIVO ESG: IL GREENWASHING»

Avv. Marianna Peroni

Associate Boies Schiller Flexner Italy

Assistenza alle imprese sui temi della sostenibilità, dei fattori ESG e dei diritti umani

ARGOMENTI

- › L'EVOLUZIONE DEL TERMINE SOSTENIBILITÀ
- › STANDARD INTERNAZIONALI
- › L'EVOLUZIONE DELLA NORMATIVA COMUNITARIA
- › LA DIRETTIVA SULLA RESPONSABILIZZAZIONE DEI CONSUMATORI NELLA TRANSIZIONE VERDE
- › LA PROPOSTA DI DIRETTIVA SUI GREEN CLAIMS
- › L'ISTITUTO DI AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA (IAP)

L'EVOLUZIONE DEL TERMINE SOSTENIBILITÀ

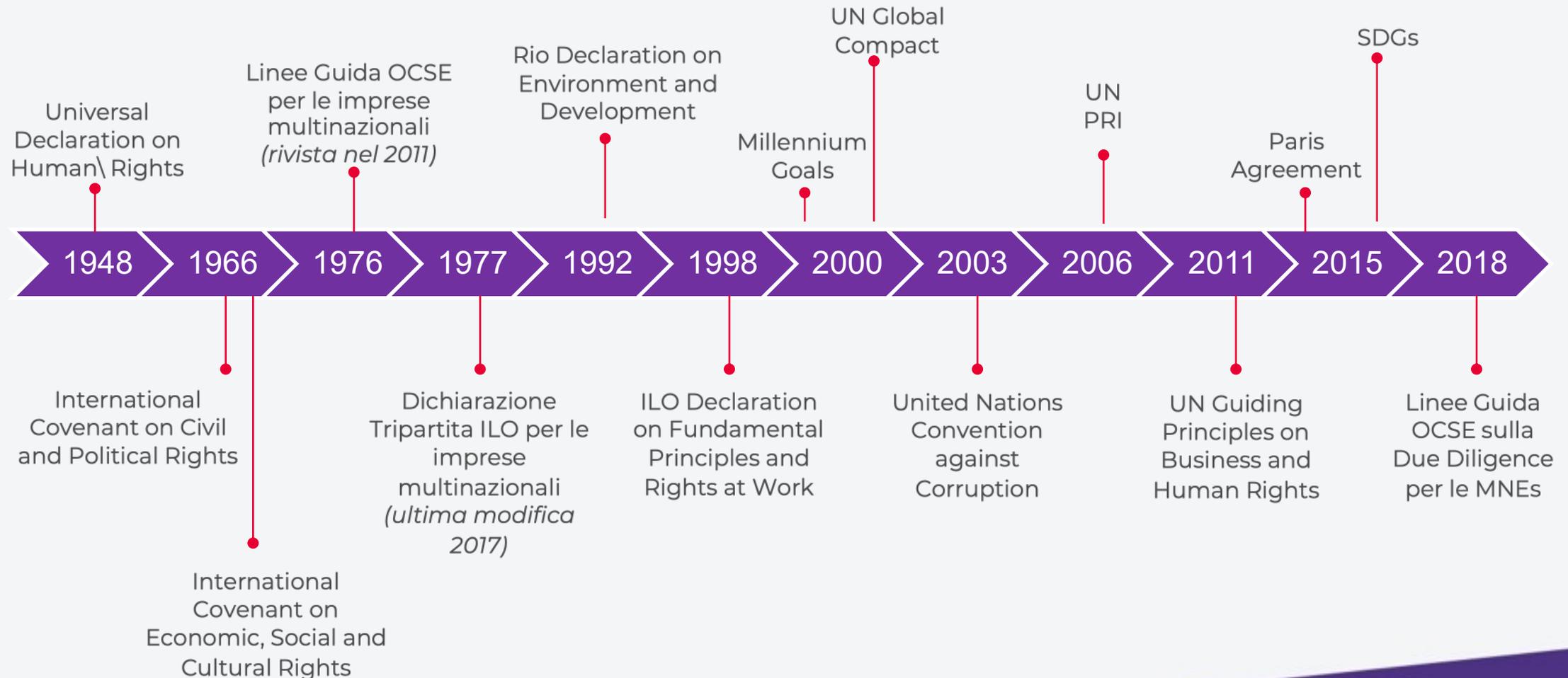
- › Il termine **sostenibilità** venne utilizzato per la prima volta in relazione al termine sviluppo negli anni '80 e poi adottato ufficialmente a Stoccolma nel rapporto "Our Common Future" (Rapporto Brundtland) pubblicato nel 1987 dalla Commissione mondiale per l'ambiente e lo sviluppo dell'UNEP.
- › Nella Conferenza di Rio de Janeiro sull'ambiente e lo sviluppo del 1992 il concetto di **sviluppo sostenibile** venne definito come *"uno sviluppo in grado di assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri"*.

L'EVOLUZIONE DEL TERMINE SOSTENIBILITÀ

- › Il **quadro normativo** in ambito di sostenibilità deriva dall'evoluzione di standard internazionali (vincolanti e non vincolanti), norme comunitarie e giurisprudenza internazionale che, in misura graduale, stanno permeando il quadro normativo e la giurisprudenza a livello nazionale.



GLI STANDARD INTERNAZIONALI



L'EVOLUZIONE DELLA NORMATIVA COMUNITARIA



GREENWASHING



DIRETTIVA RESPONSABILIZZAZIONE DEI CONSUMATORI PER LA TRANSIZIONE VERDE

- › La proposta è stata presentata il **30 marzo 2022** nell'ambito della nuova agenda dei consumatori 2020 della Commissione e dal piano d'azione per l'economia circolare 2020.
- › La Direttiva dà seguito al Green Deal europeo e fa parte di un pacchetto di **4 proposte**, unitamente al regolamento sulla progettazione ecocompatibile e alle proposte di direttive sulle autodichiarazioni ambientali e sulla promozione della riparazione (diritto alla riparazione).

DIRETTIVA RESPONSABILIZZAZIONE DEI CONSUMATORI PER LA TRANSIZIONE VERDE

- › La proposta è stata approvata definitivamente il 20 febbraio 2024 ed è entrata in vigore il **26 marzo 2024** (Direttiva 2024/825).
- › Entro il **27 marzo 2026**, gli Stati membri dovranno adottare e pubblicare le misure necessarie per conformarsi alla Direttiva.
- › Le nuove disposizioni dovranno essere applicate dagli Stati membri a decorrere dal **27 settembre 2026**.

DIRETTIVA RESPONSABILIZZAZIONE DEI CONSUMATORI PER LA TRANSIZIONE VERDE

- › La Direttiva si pone come obiettivo il contrasto di due pratiche commerciali distorsive delle scelte di consumo e del corretto funzionamento del mercato:
 - greenwashing
 - obsolescenza precoce o programmata dei beni

DIRETTIVA RESPONSABILIZZAZIONE DEI CONSUMATORI PER LA TRANSIZIONE VERDE

- › Per contribuire al corretto funzionamento del mercato interno e compiere progressi nella transizione verde, è essenziale che i consumatori possano prendere decisioni di acquisto informate e contribuire in tal modo a modelli di consumo più sostenibili. Ciò implica che gli operatori economici hanno la responsabilità di fornire informazioni chiare, pertinenti e affidabili.
- › Nello specifico, la direttiva modifica:
 - 1. la Direttiva 2005/29/UE sulle pratiche commerciali sleali;
 - 2. la 2011/83/UE sui diritti dei consumatori.

DIRETTIVA RESPONSABILIZZAZIONE DEI CONSUMATORI PER LA TRANSIZIONE VERDE

- › La modifica alla Direttiva 2005/29/UE sulle pratiche commerciali sleali prevede l'introduzione di nuove definizioni:
 - **1. asserzione ambientale:** nel contesto di una comunicazione commerciale, qualsiasi messaggio o rappresentazione avente carattere non obbligatorio a norma del diritto dell'Unione o nazionale, in qualsiasi forma [...] che asserisce o implica che un dato prodotto, categoria di prodotto, marca o operatore economico ha un impatto positivo o nullo sull'ambiente oppure è meno dannoso per l'ambiente rispetto ad altri prodotti, categorie di prodotto, marche o operatori economici oppure ha migliorato il proprio impatto nel corso del tempo;

DIRETTIVA RESPONSABILIZZAZIONE DEI CONSUMATORI PER LA TRANSIZIONE VERDE

- **2. asserzione ambientale generica:** qualsiasi asserzione ambientale formulata per iscritto o in forma orale, anche attraverso media audiovisivi, non inclusa in un marchio di sostenibilità e la cui specificazione non è fornita in termini chiari ed evidenti tramite lo stesso mezzo di comunicazione;
- **3. marchio di sostenibilità:** qualsiasi marchio di fiducia, marchio di qualità o equivalente, pubblico o privato, avente carattere volontario, che mira a distinguere e promuovere un prodotto, un processo o un'impresa con riferimento alle sue caratteristiche ambientali o sociali oppure a entrambe, esclusi i marchi obbligatori richiesti a norma del diritto dell'Unione o nazionale.

DIRETTIVA RESPONSABILIZZAZIONE DEI CONSUMATORI PER LA TRANSIZIONE VERDE

- › Con la nuova Direttiva il consumatore avrà diritto a ottenere informazioni circa l'esistenza di una **garanzia commerciale di durabilità del bene**, qualsiasi essa sia, a 2 condizioni: che abbia durata superiore a due anni e che il professionista sia stato messo, a sua volta, al corrente dal produttore dell'esistenza di tale garanzia.
- › La direttiva richiede inoltre che l'informazione da fornire al consumatore abbia lo stesso rilievo di qualsiasi altra informazione, già prevista nella Direttiva sui diritti dei consumatori, quale quella sull'esistenza e sulle condizioni dei servizi post-vendita.

PROPOSTA DI DIRETTIVA SUI GREEN CLAIMS

- › Il **22 marzo 2023** la Commissione europea ha pubblicato una proposta di Direttiva sui Green Claims.
- › Insieme alla proposta di Direttiva sulla responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde, la proposta affronta il problema del **greenwashing**, contrastando le false dichiarazioni ambientali fatte ai consumatori, ponendo fine alla proliferazione di etichette ambientali pubbliche e private.

PROPOSTA DI DIRETTIVA SUI GREEN CLAIMS

- › La proposta concerne le "**dichiarazioni verdi**" fatte dalle imprese che dichiarano o fanno implicitamente dedurre di aver generato un impatto ambientale positivo, o un impatto minore, di non aver generato alcun impatto o di aver migliorato, nel corso tempo, i loro prodotti, i loro servizi o la loro organizzazione.
- › La proposta richiede che tali dichiarazioni siano comprovate tramite una verifica ex-ante e riguarda le dichiarazioni fatte volontariamente dalle imprese per i consumatori, che si riferiscono all'impatto, all'aspetto o alle prestazioni ambientali di un prodotto.

PROPOSTA DI DIRETTIVA SUI GREEN CLAIMS

- › Disciplina anche i sistemi di **etichettatura ambientale**, al fine di assicurare la trasparenza e la solidità di tali sistemi.
- › La proposta si riferisce unicamente alle indicazioni **non** attualmente coperte da altre norme dell'UE. Laddove la legislazione dell'UE stabilisca norme più specifiche sulle indicazioni ambientali per un particolare settore/categoria di prodotti (ad es. la disciplina dell'Ecolabel o dell'etichetta per l'agricoltura biologica), tali norme prevarranno su quelle della proposta.

PROPOSTA DI DIRETTIVA SUI GREEN CLAIMS

- › Gli Stati membri saranno responsabili della creazione di processi di verifica e di applicazione della normativa, che dovranno essere eseguiti da verificatori indipendenti e accreditati.
- › Il **14 febbraio 2024** le commissioni mercato interno e ambiente del Parlamento europeo hanno adottato le loro posizioni sul testo della proposta di direttiva. Il Parlamento dovrà ora votare in seduta plenaria.

PROPOSTA DI DIRETTIVA SUI GREEN CLAIMS

- › Contestualmente a tale proposta, la Commissione ha pubblicato la ***Proposal for a Directive on common rules promoting the repair of goods*** che incentiverà il consumo sostenibile grazie a una serie di misure che promuovono i processi di riparazione semplificandoli e rendendoli accessibili.
- › Entrambe le proposte rappresentano un passaggio importante per il raggiungimento degli obiettivi dell'economia circolare, come definito nel Piano d'azione per l'economia circolare.

PROPOSTA DI DIRETTIVA SUI GREEN CLAIMS

- › L'Italia ha già recepito diverse direttive in ambito di tutela dei consumatori nel Codice del Consumo:
 - 93/13 (Unfair Contract Terms)
 - 98/06 (Price Indication)
 - 1999/44 (Consumer Sales and Guarantees)
 - 2005/29 (Unfair Commercial Practices)
 - 2008/122 (Timeshare)
 - 2009/22 (Injunctions)
 - 2011/83 (Consumer Rights)

L'ISTITUTO DI AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA (IAP)



- › L'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) ha elaborato un Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale.
- › Il Codice di Autodisciplina ha lo scopo di assicurare che la comunicazione commerciale, nello svolgimento del suo ruolo particolarmente utile nel processo economico, venga realizzata come servizio per il pubblico, con speciale riguardo alla sua influenza sul consumatore.

L'ISTITUTO DI AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA (IAP)



- › Il Codice definisce le attività in contrasto con le finalità suddette, ancorché conformi alle vigenti disposizioni legislative; l'insieme delle sue regole, esprimendo il costume cui deve uniformarsi l'attività di comunicazione, costituisce la base normativa per l'autodisciplina della comunicazione commerciale.

L'ISTITUTO DI AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA (IAP)



- › L'art. 12, prevede che la comunicazione commerciale che dichiara o evoca benefici di carattere ambientale o ecologico deve basarsi su dati veritieri, pertinenti e scientificamente verificabili.
- › Tale comunicazione deve consentire di comprendere chiaramente a quale aspetto del prodotto o dell'attività pubblicizzata i benefici vantati si riferiscono.

RIEPILOGO

- › In questa lezione abbiamo parlato di:
 - l'evoluzione del termine sostenibilità;
 - standard internazionali;
 - l'evoluzione della normativa comunitaria;
 - la direttiva sulla responsabilizzazione dei consumatori nella transizione verde;
 - la proposta di direttiva sui *green claims*;
 - l'istituto di autodisciplina pubblicitaria (IAP).

Federmanager Academy

Via Ravenna, 14 – 00161 Roma
06-44070231 - 06-4403421
info@federmanageracademy.it
www.federmanageracademy.it